

Portrait



GIM Suisse AG

General-Wille-Strasse 10, 8002 Zürich
+41 44 283 18 18, info@g-i-m.ch, www.g-i-m.ch

Gründungsjahr

2005

Geschäftsleitung

Carola Eichmann

Festangestellte

11, davon
10 Projektleiter:innen

ProjektleiterInnen

- Eren Altun
- Nina Burger
- Carola Eichmann
- Melanie Fischer
- Tanja Gerig
- Dr. Larissa Hugentobler
- Johann Laut
- Sibylle Oetiker
- Nino Russo
- Marieke Wünsche

Infrastruktur

- Grosszügiges, stilvolles Studio, ausgestattet mit hochwertiger und moderner Technik. Flexible Video und Tonübertragung. Die ideale Infrastruktur mit Einwegspiegel für Fokusgruppen, Interviews oder UX-Testings.
- Weltweites Netzwerk von professionellen Forschungspartnern, Moderatoren, Interviewern und Facilities

Institutsphilosophie

Die GIM ist ein führendes Marktforschungsunternehmen, das sich in den vergangenen 35 Jahren vom qualitativen Marktforschungsspezialisten zum Multispezialisten entwickelt hat. Mit Sitzen in Heidelberg, Berlin, Lyon, Nürnberg, Shanghai, Wiesbaden und Zürich verfügt die GIM heute über eines der breitesten Methodenportfolios am Forschungsmarkt. Und dank unserem weltweiten Netzwerk forschen wir auf allen Kontinenten in über 30 Ländern. Die GIM Suisse forscht von Zürich aus für

- lokale Unternehmen in der ganzen Schweiz,
- Schweizer Unternehmen in der Schweiz, in Europa und weltweit, und
- ausländische Unternehmen in der Schweiz und weltweit.

Mitgliedschaften

- SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association
- ESOMAR
- BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher

Internationale Verbindungen

GIM-Netzwerk: Heidelberg, Berlin, Lyon, Nürnberg, Shanghai, Wiesbaden und Zürich

Dienstleistungsangebot

Märkte und Marken

Grundlagenuntersuchungen, Markenkernanalysen, Positionierung, Werteforschung, Markenauftritt, Markenentwicklung, Imageüberprüfung und -tracking

Zielgruppen und Konsumenten

Insight-Generierung, Segmentierungen, Usage and Attitudes, soziokulturelle Lebens- und Konsumstile, spezifische Zielgruppen

Innovationen, Ideen, Konzepte

Insight-Generierung, Konzeptentwicklung, Konzeptüberprüfung (qualitativ und quantitativ), Konzeptoptimierung, Innovationsforschung

Usability & User Experience

Digitaler Kundendialog, digital Experience, Usability-Evaluationen, Optimierung des digitalen Kundenerlebnis, Prototyping, Usability-Schulungen, UX-Zertifizierte Mitarbeiter

Trendstudien, Trendmonitoring

Adaption von Trends auf einzelne Unternehmen / Branchen

Produkte, Preise, POS

Produktentwicklung, Usage and Attitudes, Produktbewertung und -optimierung, Packungsüberprüfungen, Handling und Usability, Shopper Research, z. B. mit videogestützten Beobachtungen des Einkaufsverhaltens oder (virtuellen) Shelf Tests

Kommunikation und Werbung

Entwicklung und Überprüfung von Kommunikationsstrategien und Kommunikationsansätzen, Werbeforschung und -tracking

Auszug aus dem breiten Methodenportfolio der GIM Suisse:

Qualitativ

- Fokusgruppen, Minigruppen oder Einzelinterviews (in-office, in-home, in-studio, in-store)
- Ethnografische In-Home-Interviews
- Onlinefokusgruppen, Onlineforen, Mobile Diaries, Mobile Surveys im eigenentwickelten Tool GIM Connect
- Concept Labs zur Prüfung und Verbesserung von Konzepten
- POS-Studien (Accompanied Shoppings, Videobeobachtung)
- Delphi-Studien zur Bestimmung von Zukunftsszenarien
- Kreativ- und Innovationsworkshops
- Eye Tracking
- GIM Mitmaker Community: qualitatives Online-Panel für die D-CH
- Kinder- und Jugendmarktforschung

Quantitativ

- Repräsentativbefragungen, Quotenbefragungen Zielgruppensegmentierung und Markenpositionierung (ICU™ - Integrated Consumer Understanding)
- Conjoint-Studien
- Copytests, Werbewirkung, Pre-Posttests

Verschränkung von quantitativen und qualitativen Methoden

Branchenkompetenz

Finance und Versicherung, Food and Beverages, Retail, Pharma, Healthcare, Medien, Telekommunikation, IT, Mode, Beauty, Kosmetik, Baby Care, Logistik, Reisen und Tourismus, Technik (Do-it-yourself und Professional), Medizintechnik, Berufsverbände, Krankenversicherungen